

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian berupa kajian teoretik, analisis data dan deskripsi hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, bahwa penelitian mengenai keputusan pembelian telah memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal dapat diterima. Peneliti melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sejak bulan Februari 2019 sampai dengan Juli 2019 memberikan hasil sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi yang diperoleh,  $\hat{Y} = 13,396 + 0,390 X_1$ . ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) akan mengakibatkan kenaikan pada keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,390 skor pada konstanta 13,396. Keputusan pembelian Honda Vario ditentukan oleh kualitas produk sebesar 12,2% sedangkan sisanya sebesar 87,8% oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini, sehingga hipotesis diterima.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi yang diperoleh,  $\hat{Y} = 23,222 +$

0,245  $X_2$ . ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel harga ( $X_2$ ) akan mengakibatkan kenaikan pada keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,245 skor pada konstanta 23,222. Keputusan pembelian Honda Vario ditentukan oleh harga sebesar 4,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga sedangkan sisanya sebesar 95,5% oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini, sehingga hipotesis diterima.

3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi yang diperoleh  $\hat{Y} = 5,990 + 0,392 X_1 + 0,248 X_2$ . Menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,392 dan setiap kenaikan variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,248 skor pada konstanta 5,990. Keputusan pembelian Honda Vario ditentukan oleh kualitas produk dan harga 16,8% sedangkan sisanya sebesar 83,2% (100%-16,8%) oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini, sehingga hipotesis diterima.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Oleh sebab itu, kualitas produk dan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian. Hal ini berarti penelitian yang peneliti lakukan sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Kualitas produk mempunyai peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 12,2% karena kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa terhadap kendaraan yang digunakan untuk menunjang kegiatannya sehingga berperan penting dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Oleh karena itu semakin baik kualitas produk, maka keputusan sepeda motor Honda Vario semakin tinggi.

Harga juga menjadi peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 4,5% karena penetapan harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan sehingga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin tinggi harga yang ditawarkan dengan kesesuaian kualitas yang ada maka berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya, variabel kualitas produk memiliki skor terendah yaitu indikator bentuk produk dengan skor sebesar 19%, dalam hal ini produsen Honda harus dapat memberikan perhatian lebih besar mengenai bentuk produk Honda Vario seperti ukuran *body* motor yang cocok untuk konsumen laki-laki dan perempuan, untuk perbaikan ke depannya agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Sedangkan variabel harga memiliki skor terendah yaitu indikator mampu bersaing dengan perusahaan lain dengan skor sebesar 22,12%, dalam hal ini produsen Honda harus dapat mengembangkan cara yang lebih efisien dan efektif untuk dapat lebih bersaing dengan perusahaan lain, seperti menawarkan harga yang sebanding dengan kualitas motor yang ditampilkan, harga yang dapat bersaing dengan motor sejenis di kelas yang sama. Sehingga dalam melakukan keputusan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian Honda Vario, antara lain:

1. Dalam kualitas produk, produsen Honda harus dapat memberikan perhatian yang lebih besar mengenai bentuk produk yang ditampilkan pada Honda Vario yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, seperti ukuran *body* motor yang cocok untuk konsumen laki-laki dan perempuan, agar keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Vario meningkat.
2. Dalam harga, produsen Honda perlu lebih memperhatikan faktor mampu bersaing dengan perusahaan lain dengan mengembangkan cara yang lebih efisien dan efektif untuk dapat lebih bersaing dengan lebih baik kedepannya, seperti menawarkan harga yang sebanding dengan

kuallitas motor yang ditampilkan, harga yang dapat bersaing dengan motor sejenis di kelas yang sama, agar keputusan pembelian dapat meningkat.